

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, Edisi Pertama, ANDI, Yogyakarta.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Edisi Kesepuluh, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Darma, L.A., & Japarianto, E. (2014). Analisa pengaruh hedonic shopping value terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Lifestyle* dan positive emotion sebagai variabel intervening, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No.2.
- Detik.com. (2012). H&M Kalahkan Gucci & Hermes Sebagai Best Global Brand. Diakses 10 Februari 2018, dari [www.detik.com/wolipop/read/2012/10/03/133720/2053544/233/hm-kalahkan-gucci—hermes-sebagai-best-global-brand](http://www.detik.com/wolipop/read/2012/10/03/133720/2053544/233/hm-kalahkan-gucci—hermes-sebagai-best-global-brand).
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Panduan Komprehensif Langkah Demi Langkah Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Edisi Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*, Edisi Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hermanto, E.Y. (2016). *Pengaruh Fashion Involvement terhadap Impulse Buying behaviour masyarakat surabaya dengan hedonic shopping motivation dan positive emotion sebagai variabel intervening pada merek ZARA*, Vol. 10, No.1.
- In'am, M.F., Suharyono., & Yulianto, E. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pembelian Impulsif*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 36, No. 1.
- Kosyu, D.A., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2014). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14, No. 2.

- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Indonesia.
- Nasreen, K., Lai, H.H., Tan, B.C., & Hong, Y.H. (2016). *Impulse Buying Behaviour Of Generation Y In Fashion Retail*, Vol. 11, No. 1.
- Noor, J. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*, Edisi Pertama, PT. Grasindo, Jakarta.
- Penalaran-unm. (2016), Analisis Data Statistik Inferensial. Diakses 28 Maret 2018, dari <http://penalaran-unm.org/analisis-data-statistik-inferensial/>.
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Diah Tantri Dwiandani, Penerjemah), Jakarta: Salemba Empat.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode analisis jalur (path analysis) dan aplikasinya*, Edisi Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*, Edisi Pertama, ANDI, Yogyakarta.
- Sarjono, H., & Julianita W. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM) Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, Salemba Empat, Jakarta.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Pertama, ANDI, Yogyakarta.
- Setyaningrum, F.Y., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2016). *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Hedonic Shopping Motives Dan Impulse Buying*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 37, No. 1.
- Sopiah & Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*, Edisi Pertama, ANDI, Yogyakarta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B.N., Mawardi, P.K., & Nugroho, W. (2011). *Riset Pemasaran Dan Konsumen*, Edisi Pertama, IPB Press, Bogor.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*, Edisi Pertama, Center For Academic Publishing Service, Yogyakarta.
- Supranto, J., dan Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Edisi Kedua, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Tambuwun, M. (2016). *Hedonic Shopping Motives As Intervening Relation Between Hedonic Motive And Gender On Impulse Buying*, ISSN 2053-1842.
- Timotius, K.H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan*, Edisi Pertama, ANDI, Yogyakarta.
- Utami, C.W. (2010) *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Wahyuningsih, W., & Fatmawati, I. (2016). *The Influence Of Hedonic Lifestyle, Shopping Addiction, Fashion Involvement On Global Brand Impulse Buying*, Vol. 7, No. 2.
- Wijaya, A. M., Hufron, M., & Slamet, A.R. (2016). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior*.

